

IMPrensa E GêNERO NA AMAZÔNIA: representações jornalísticas da mulher no Festival Folclórico de Parintins (AM)

PRESS AND GENDER IN THE AMAZON: journalistic representations of woman at the Parintins Folk Festival (AM)

PRENSA Y GÊNERO EN LA AMAZONÍA: representaciones periodísticas de la mujer en el Festival Folclórico de Parintins

Yasmin Ribeiro Gatto

Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", UNESP, campus Bauru. Professor substituto da Universidade Federal do Espírito Santo, UFES.

yasminrgatto@gmail.com

 0000-0003-3706-756X

Murilo César Soares

Mestre em Tecnologia da Educação pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais. Professor de Sociologia da UNESP e pós-doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da UFScar. Doutor em Ciências da Comunicação pela USP.

murilo@faac.unesp.br

 0000-0002-9783-8103

Correspondência: Universidade Federal do Espírito Santo - UFES, Avenida Fernando Ferrari, 514, Goiabeiras - 29075-910, Vitória - ES, Brasil.

Recebido em: 03.04.2020.

Aceito em: 27.05.2020.

Publicado em: 01.07.2020.

RESUMO:

Esta pesquisa analisa a representação jornalística do gênero feminino dentro da principal manifestação popular da Região Norte: Festival Folclórico de Parintins. A investigação se dá com base nos enquadramentos construídos pela cobertura noticiosa dos dois principais jornais impressos da região nos anos de 2015 e 2016. Na região Amazônica, o destaque que as mulheres recebem na mídia relaciona-se quase sempre com a questão das manifestações culturais existentes, o que nos leva a refletir como os meios de comunicação da própria região enxergam a mulher e fazem uma representação dela. Por isso, a pesquisa procura responder as seguintes perguntas: como as mulheres que participam do Festival Folclórico estão sendo apresentadas nos meios de comunicação e de que forma esse enquadramento representa a figura feminina?

PALAVRAS-CHAVES: Representação jornalística; Enquadramento; Gênero. Festival Folclórico de Parintins.

Introdução

Esta pesquisa "Imprensa e Gênero na Amazônia: representações jornalísticas da mulher no Festival Folclórico de Parintins" tem como tema a representação da mulher que participa da manifestação folclórica de Boi-bumbá. A análise se direciona aos dois principais jornais do estado do Amazonas. O trabalho teve por objetivo saber qual a representação jornalística da mulher nas páginas dos jornais por meio da análise de enquadramento.

O Festival Folclórico de Parintins tem participação preponderante das mulheres como brincantes e existe também uma intensa cobertura midiática e um interesse cada

vez maior dos meios de fazer a cobertura desses eventos, o que nos permite investigar a forma como as relações de gênero e o jornalismo estão postos nesse contexto particular do Amazonas, ainda pouco estudado.

A metodologia utilizada nesta pesquisa foi a análise de enquadramento, por entender que ela é capaz de produzir resultados que colocam em evidência os vieses implícitos na produção jornalística. “Trata-se de uma metodologia que permite salientar o caráter construído da mensagem, revelando a sua inclinação implícita, em textos aparentemente objetivos, imparciais, e com função meramente referencial” (SOARES, 2009, p.58).

O trabalho foi dividido em etapas onde se selecionou os jornais que continham material para análise, depois disso houve o estabelecimento do *corpus* da pesquisa, criaram-se as fichas de observação para que os textos e as imagens pudessem ser analisadas e assim pudesse ser feito a análise descritiva e logo após a interpretativa.

A pergunta de pesquisa é: como as mulheres que participam do Festival Folclórico de Parintins – Boi-bumbá Garantido e Caprichoso estão sendo apresentadas nos jornais impressos e de que forma esse enquadramento representa a figura feminina?

As outras perguntas que norteiam a pesquisa são: quais aspectos da manifestação de cultura popular de Boi-bumbá foram destacados nas edições? Qual o papel da mulher nos enquadramentos jornalísticos construídos sobre as manifestações, em amostras de jornais? Qual a representação das características obrigatórias das mulheres que participam dessas manifestações?

Festas amazônicas e o espetáculo

A Amazônia possui diversas manifestações culturais populares, das quais se destacam três principais festas: Boi-bumbá de Parintins (AM), a Ciranda de Manacapuru (AM) e o Sairé de Alter do Chão (PA). “(...) as festas tradicionais estudadas ofertam ao leitor as manifestações pioneiras da transição que se realiza entre a satisfação de brincar e a ambição de vender” (NOGUEIRA, 2008, p.15). Segundo o autor as três festas resultam de um processo longo de confronto entre o modo de produção capitalista e a produção simbólica local. “No mercado, as festas são feitas para serem consumidas como entretenimento, posição social ou identidade cultural. Não significa que sejam menos ideológicas que antes ou agora.” (NOGUEIRA, 2008, p.38). Nogueira destaca que as localidades e os grupos sociais são referência para o mercado, pois, além de apropriados foram fetichizados.

Destaca-se nesta pesquisa o Boi-bumbá de Parintins, suas modificações ao longo dos anos e as implicações no jeito de brincar de Boi.

Para entender melhor a configuração atual das festas populares amazônicas, utilizam-se os estudos de Wilson Nogueira (2008), que destaca o valor que estas festas têm em todo o mundo por meio da mídia, uma vez que atrai investidores e consumidores, se adequando cada vez mais ao mercado capitalista, e esse interesse do meio televisivo pelas festas que tem um papel preponderante no fato da ressignificação simbólica das festas amazônicas. O autor enfatiza

As culturas correntes na Amazônia estão hoje no olho do furacão dos meios de comunicação modernos. É a própria Amazônia uma marca fetichizada. Modos de vida e festas populares tradicionais em qualquer lugar do planeta terão sempre espaço privilegiado na mídia, mas na Amazônia (...) ficam supervalorizadas (NOGUEIRA, 2008, p.54).

Wilson cita ainda estudos de Azevedo (2000) que discorre sobre a ideia de que os Bois de Parintins alcançaram todos os itens do mercado que são: produto, preço, praça e propaganda. Ele descreve: "O produto é representado pelos bumbás, que produzem festas que tem preço de mercado, praças (Parintins) e propaganda dos patrocinadores públicos e privados e da cobertura jornalística" (NOGUEIRA, 2008, p.94).

A festa de Parintins não é inédita tanto como festa popular quanto como produto, primeiro porque esse folguedo se enquadra na estrutura de Bois-bumbás do folclore brasileiro. Em segundo lugar, como produto, o Festival proporciona imagens espetacularizadas bastante conhecidas pelos telespectadores, que são: as fantasias, alegorias e encenações de rituais indígenas que destacam o luxo, o exótico e o apelo à sensualidade; a música, que também se aproximou dos ritmos comerciais dançantes; e a dança executada em coreografias de fácil assimilação pelas plateias. "(...) do ponto de vista mercadológico, os bumbás parintinenses apegaram-se a uma fórmula que produz imagens reconhecíveis pelos telespectadores por associação às de outras manifestações populares, entre as quais o carnaval nas suas variações" (NOGUEIRA, 2008, p.100).

O Boi consegue mesclar o passado com o presente, pois sua narrativa se dá ainda na estória de Mãe Catirina, Pai Francisco e o Senhor da Fazenda. Essa estória não muda em substância, falando do cotidiano e suas contradições no mundo do trabalho e das relações sociais. À luz desses estudos verificou-se como as festas amazônicas são fetichizadas e de como os Bois vêm se adequando à realidade midiática, fazendo com que reelaborem as características de sua origem. Segundo Silva, 2015, Mãe Catirina e

Pai Francisco são figuras obrigatórias no Auto do Boi, mas não concorrem oficialmente. O Senhor da Fazenda (Amo do Boi) é um item avaliado que também faz parte do Auto.

O Mito da Beleza e a opressão das mulheres

Segundo Moreno (2008), mesmo com todos os avanços conquistados pelas mulheres nos últimos anos, a preocupação com a aparência e com um ideal de beleza povoa o imaginário e toma muito tempo das mulheres. A autora destaca a quantidade de photoshop utilizado nos anúncios de produtos de beleza e que no outro lado da tela existe uma pobre mulher real em busca de um padrão de beleza inalcançável. “Cremes faciais e corporais garantem tirar manchas, cravos, espinhas, rugas, imperfeições; devolver a elasticidade, o brilho e a beleza da pele” (MORENO, 2008, p. 12). Ou seja, existe uma gama de produtos de beleza, de comerciais de televisão que prometem milagres na pele e no corpo. Moreno chama atenção para o ideal de beleza que

(...) cria um desejo de perfeição, introjetado e imperativo. Ansiedade, inadequação e baixa auto-estima são os primeiros efeitos colaterais desse mecanismo. Os mais complexos podem ser a bulimia e a anorexia, além de grande parte do orçamento familiar gasto em produtos e serviços ligados à estética. No Brasil, a questão é séria, embora ainda não tenha merecido nenhuma medida governamental como ocorreu, por exemplo, na Inglaterra – onde o governo interferiu nas dimensões da Barbie, responsabilizada pelo impacto, na rede de saúde pública, de problemas de bulimia e anorexia (MORENO, 2008, p. 13).

a)

A autora pergunta: seriam todas essas preocupações exageros? Ou a busca pela perfeição feminina deve ser encarada de forma natural? Ela mostra que não é um exagero a discussão crítica em torno dessas questões que aprisionam e adoecem as mulheres.

Moreno (2008) ainda destaca a mudança no padrão de beleza que foi imposto às mulheres. No século XVI, por exemplo, o foco era na parte de cima, como os olhos, o busto, etc., mas, ao decorrer do tempo, o foco mudou, passou a ser na parte de baixo como pernas, quadris e cintura. Já, mais recentemente, existe uma exigência do afinamento dos quadris e das pernas mais longas. A autora completa que

b)

c) As mudanças na cultura se fizeram acompanhar das diferenças na postura. Das silhuetas aristocráticas (ombros para trás, barriga saliente, cabeça recuada, honra e arqueadura do cortesão clássico)

passamos às silhuetas pós-revolucionárias (ombros e cabeças avançados, torço desdobrado, cintura apertada, segurança, vontade de fazer, contorno do corpo humano firmemente delineado) (MORENO, 2008, p. 17).

d)

Essa mudança no padrão de beleza afeta diretamente as relações entre os gêneros. A mulher, que antes era considerada acolhedora e, às vezes, até inativa, passa agora a ser cobrada de ter uma postura mais ativa. Aos poucos, a “beleza” se torna democrática e parece estar ao alcance de todas, produtos com preços variados garantem uma sensação de poder ser bela. A autora destaca que itens como o espelho e a balança pessoal ganharam adeptas no final do século XIX e depois desse acontecimento, a magreza ganha cada vez mais destaque e as mulheres gordas são o reflexo de um desequilíbrio emocional e daquilo que não é belo. A ditadura da beleza magra se instaura e como se pode perceber esse é um padrão reinventado, ou seja, houve uma movimentação de mudança no padrão estético e essa mudança afetou e afeta as mulheres.

O modelo ideal de beleza se tornou magro, longilíneo e com bastante seio. Por isso, se justifica a propagação de várias cirurgias estéticas, entre elas o implante de silicone, a retirada de costelas, colocação de próteses na panturrilha, cirurgias de “correções” faciais, etc. Wolf (1992) afirma que as mulheres livres, com acesso à educação e ao mercado de trabalho, não são tão livres assim e muitas tem vergonha de assumir que parte das preocupações delas se refere à beleza. “Quanto mais numerosos foram os obstáculos legais e materiais vencidos pelas mulheres, mais rígidas, pesadas e cruéis foram as imagens da beleza feminina a nós impostas” (WOLF, 1992, p. 11).

Wolf (1992) discute criticamente o surgimento do mito da beleza e afirma que ele não se baseia na evolução, nem no sexo, nem na religião e que a origem dele é unicamente política, econômica e cultural. “O mito da beleza não tem absolutamente nada a ver com as mulheres. Ele diz respeito às instituições masculinas e ao poder institucional dos homens.” (WOLF, 1992, p. 16). Ela vai além e diz que o Mito da Beleza não só dita a aparência que se deve ter, mas também o comportamento. O que mais provoca incômodo nesse padrão de beleza imposto é que a identidade de uma mulher tem que estar quase sempre ligada à beleza, de tal modo que ter aceitação da sociedade, depende da aparência que se tem.

e)

Representação, Mito e Estereótipo

Hall (2016) infere que as coisas passam a ter sentido para as pessoas de acordo com a maneira de representar de cada um, a partir das

(...) palavras que usamos para nos referir a elas, as histórias que narramos a seu respeito, as imagens que delas criamos, as emoções que associamos a elas, as maneiras como as classificamos e conceituamos, enfim, os valores que nelas embutimos (p.21).

Ou seja, determinada coisa só passa a ter sentido para as pessoas a partir do momento que passam a representar. Por exemplo, qual a representação da mulher nos meios de comunicação? De acordo com Hall o sentido de ser mulher só pode existir a partir da representação que é feita sobre esta imagem. Mas qual a imagem delas que é projetada e divulgada?

Para Hall (2016) representar está intimamente ligada a poder e linguagem, pois é por meio da representação que se estabelece poder sobre o outro e é por meio da linguagem que isso acontece. Ele afirma que esses dois aspectos estão constantemente sendo exercidos pelos meios de comunicação.

Existe grande discussão teórica sobre as representações feitas nos meios sobre gênero, raça, classe e há uma discussão do papel do jornalismo nisso tudo, pois o trabalho jornalístico tem colaborado para que essas representações sejam estereotipadas.

Baker (2007) ao escrever sobre estereótipos afirma que “um estereótipo é uma simplificação que usamos para atribuir sentido a uma pessoa real ou um grupo”, ou seja, o estereótipo é uma imagem mental, às vezes, simplificadora ou uma atitude exercida por um grupo de pessoas. É por isso que os estereótipos criados em torno de grupos específicos, no caso aqui, os estereótipos de torno da figura da mulher porque ele vai simplificar a mulher que é um sujeito em potencial e individual, e o que acontece quando se estereotipa uma mulher é a transformação delas em sujeitos coletivos que pertencem a uma classe e por isso, tem certos comportamentos o que não é a realidade.

Hall (2016, p.191) divide os estereótipos em três grandes pontos, sendo que o primeiro deles diz que os estereótipos

(...) *se apossam* das poucas características “simples, vívidas, memoráveis, facilmente compreendidas e amplamente reconhecidas” sobre uma pessoa; tudo sobre ela é *reduzido* a esses traços que são,

depois, exagerados e *simplificados*. (...). Então, o primeiro ponto é que a *estereotipagem reduz, essencializa, naturaliza e fixa a "diferença"* (HALL, 2016, p.191, grifos do autor).

O estereótipo é visto como uma prática de produção de significados e é importante para que a gente entenda as representações. Quando se fala em uma publicação estereotipada, por exemplo, se fala em um material que reduz, simplifica e marca a diferença do outro. É aquilo que não sou eu, é aquilo que é o outro. "Em segundo lugar, a estereotipagem implanta uma estratégia de "cisão", que divide o normal e aceitável" (HALL, 2016, p.191).

Ou seja, o segundo ponto diz que é característica da estereotipagem o fechamento e a exclusão porque, metaforicamente, ela impõe limites e elimina tudo que não faz parte desta imposição. Em outras palavras, os estereótipos fazem parte da manutenção da ordem social e simbólica. Ela estabelece fronteiras metafóricas entre o "normal" e o "anormal", o "pervertido", o "patológico", o que é aceitável e o que é inaceitável, o que pertence e o que está fora. O autor ainda enfatiza que é por meio da estereotipagem que se facilita a vinculação e os laços de todos aqueles que estão dentro dos padrões e fazem parte de uma "comunidade imaginária".

O terceiro ponto, segundo Hall (2016, p.192), diz que a estereotipagem tende a ocorrer onde existem grandes desigualdades sociais. "Este geralmente é dirigido contra um grupo subordinado e excluído (...)". Por fim, o autor argumenta que a estereotipagem é aquilo que Foucault classifica de "poder/conhecimento do jogo". É por meio dela que se classificam as pessoas e as representações delas.

Segundo o autor, é na estereotipagem que se estabelece uma relação entre representação, diferença e poder. O poder na representação pode ser identificado por meio do estabelecimento de marcos, de classificações, de reduções e de simbolismo. O poder na representação não significa coerção física, por exemplo, mas o poder exercido de forma simbólica que é tão ou mais forte que o poder físico, pois pode representar alguém dentro de determinados grupos e a estereotipagem é peça fundamental para esse estágio de violência simbólica. "A circularidade do poder é especialmente importante no contexto da representação" (HALL, 2016, p. 197). O autor completa,

O ponto importante é que os estereótipos referem-se tanto ao que é imaginado, fantasiado, quanto ao que é percebido como "real", e as reproduções visuais das práticas de representação são apenas metade da história. A outra metade – o significado mais profundo – encontra-

se no que está sendo dito, mas está sendo fantasiado, o que está implícito, mas não pode ser mostrado (HALL, 2016, p. 200).

O mais difícil em identificar estereótipos é que ele é um discurso implícito nas representações, não pode ser identificado com tanta facilidade e, às vezes, não pode nem ser identificado. Por exemplo, como identificamos um estereótipo de gênero no discurso jornalístico que, teoricamente, é um discurso que trabalha com a realidade? É preciso fazer um exercício muito grande para fazer essa identificação. É objetivo da pesquisa identificar se existem estereótipos de gênero nas páginas dos jornais e quais são eles. Hall considera que "(...) a estereotipagem (...) trata de um determinado tipo de poder – uma forma de poder hegemônico e discursivo que opera tanto por meio da cultura, da produção de conhecimento, das imagens e da representação, quanto por outros meios" (HALL, 2016, p. 200, grifos do autor). É válido destacar que para analisar e identificar os estereótipos é preciso entender os discursos hegemônicos e ideológicos que estão por trás dos estereótipos, no caso aqui, aqueles referentes às diferenças de gênero.

Outra categoria importante para discutir representação é a categoria de fetiche ou fetichismo. Hall (2016) afirma que uma pessoa é fetichizada quando deixa de ser um ser humano e se transforma em objeto. "Esta substituição do todo pela parte, de um sujeito por uma coisa – um objeto, um órgão, uma parte do corpo – é o efeito de uma prática representacional muito importante, o fetichismo" (HALL, 2016, p. 205, grifos do autor). O fetichismo vem ser uma representação fantasiada, pois nele há a intervenção direta da fantasia.

Enquadramento jornalístico

Segundo Soares (2009), enquadramento e agendamento tem tido bastante destaque nas análises das formas da representação jornalística, logo, o enquadramento jornalístico e o agendamento são tipos de representação jornalística. Nesta pesquisa se objetiva focar apenas no conceito de enquadramento como forma da representação jornalística.

Quando se aplica o conceito de enquadramento ao jornalismo ele é entendido como o modo que os meios de comunicação produzem e divulgam de forma velada determinada interpretação da realidade, por meio de discursos implícitos que indicam qual o objetivo dos meios nessa construção de entendimento, subjetividade e realidade. "Os enquadramentos de notícias existiriam em dois níveis: a) como

princípios mentais ou esquemas de processamento da informação e b) como características do texto noticioso” (ENTMAN, 1991, apud SOARES, 2009).

Ainda segundo Entman, os enquadramentos, ao reforçarem, repetirem palavras e imagens, privilegiam algumas ideias e descartam outras, dentro de um texto, e é difícil o interlocutor perceber esses destaques, porque eles parecem normais, ou resultado de escolhas desinteressadas de imagens e palavras. Mas, quando se compara um texto com outro, esses destaques são visíveis, podendo assim revelar como os enquadramentos dão o tom de determinada notícia. Para o autor, o enquadramento não tira a inconsistência do texto, mas é por meio da repetição de certas palavras e imagens é que algumas interpretações se tornam mais fáceis de assimilar. Dois pontos são importantes para entender o enquadramento: seleção e saliência. “Enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes num texto comunicativo” (ENTMAN, 1991 apud SOARES, 2009).

Soares (2009) afirma que a análise de enquadramento é excelente para o estudo de materiais jornalísticos, pois coloca em evidência o que está velado no texto. Ele completa

Trata-se de uma metodologia que permite salientar o caráter construído da mensagem, revelando a sua inclinação implícita, em textos aparentemente objetivos, imparciais e com função meramente referencial. No entanto, refere-se à natureza do texto jornalístico em geral, numa perspectiva sociocultural e política, não implicando um questionamento da atuação profissional dos autores das matérias (SOARES, 2009, p. 58).

Por exemplo, quando o pesquisador está analisando determinado material, é capaz de saber quais foram as estratégias usadas para poder demonstrar as diferenças entre coberturas, as quais, sem o conhecimento do conceito de enquadramento não iriam ser notadas. Na análise da pesquisa, objetiva-se traçar comparações entre os textos dos dois jornais escolhidos, para, assim, identificar os enquadramentos e o modo como cada veículo interpreta o evento.

Carvalho (2009) afirma que algumas abordagens entendem o enquadramento como um mero resultado de escolhas isoladas ou como resultado das rotinas produtivas, fazendo assim com que o enquadramento seja reduzido e não dando importância ao lugar que a mídia ocupa que vai influenciar diretamente os enquadramentos, ou seja, os enquadramentos se relacionam e são resultado do mundo social onde estão inseridos. O autor conclui: “Tomaremos o jornalismo e seus

operadores como atores sociais em interação, com todas as exigências performáticas daí advindas” (CARVALHO, 2009, p.2).

Carvalho entende o jornalista, especificamente, como um ator social em constante processo de interação com outros atores e que o enquadramento, vai refletir diretamente essa interação. Não se pode levar em consideração o ethos do jornalista, como se ele só vivesse no mundo da redação, pois, as relações sociais que estabelece vão interferir diretamente na interpretação que ele tem de uma dada situação.

Resume-se, de forma básica, enquadramento em duas perguntas: o que foi aquilo? Como o meio de comunicação define o acontecimento? Enquadrar significa selecionar aspectos que determinarão uma representação e sua análise se pauta em três aspectos: o que foi selecionado, o que foi excluído e o que foi enfatizado.

Representar também significa simbolizar, ou seja, estar em lugar de algo. Tendo este entendimento, a pesquisa busca discutir as representações nos meios jornalísticos, destacando que quase tudo que se vê nos meios de comunicação é um substituto da realidade e não a realidade em si.

A discussão aqui se pauta em que existem diversos tipos de representação e no jornalismo essa é uma prática que merece ser discutida, pois ver uma representação de determinado assunto em um programa de entretenimento é uma coisa e ver esta mesma representação no jornalismo se trata de outro tipo de situação comunicativa, pois se imagina o compromisso ético do jornalista com o público leitor ou espectador.

Hall (2016) fala também que as representações são reflexo do poder ideológico e hoje o Brasil tem um aparato ideológico machista, sexista, racial, homofóbico e de classe muito forte que tem se fortalecido ao longo dos anos, mas que precisa de alguma forma ser repensado.

Portanto, o enquadramento é uma forma específica de representação jornalística, porque não é ficcional, retórica ou persuasiva, mas, se vale de certas características do texto para, sutilmente, salientar alguns aspectos em detrimento de outros. Geralmente a representação dominante ou hegemônica prevalece sobre as representações alternativas ou contrárias.

Método de pesquisa – análise de enquadramento

Feita toda essa discussão sobre representação, estereótipos, mito da beleza e gênero, parte-se para a análise dos jornais, tendo como método de pesquisa a análise de enquadramento.

A atividade jornalística é marcada por contradições, pois se espera que o repórter faça uma abordagem do acontecimento partindo da perspectiva da totalidade. Mas a prática permite ao jornalista promover 'recortes' do real, excluindo assim alguns aspectos dos acontecimentos ou dando ênfase a outros fatos, ou seja, ao fazer essa seleção o repórter não noticia na perspectiva da totalidade, mas sim por meio de fragmentos, isto é, de enquadramentos.

Segundo Soares (2009), a análise de enquadramento é extremamente adequada para analisar materiais jornalísticos, pois ela é capaz de colocar em evidência alguns vieses implícitos da produção. É uma abordagem que salienta a construção do texto, que possibilita ao pesquisador conhecer o que há de subentendido, ultrapassando a suposta objetividade e imparcialidade dos textos. "Ao desenvolver a análise, o pesquisador identifica as estratégias textuais e as representações contidas em um corpus, podendo estabelecer, por exemplo, contrastes entre coberturas diferentes, as quais, a uma simples leitura, podem parecer semelhantes" (SOARES, 2009, p. 2).

O autor destaca que a apesar da análise de enquadramento ter surgido no ambiente acadêmico estadunidense, tem ganhado destaque no Brasil desde 1994, principalmente nas análises de coberturas jornalísticas sobre política e movimentos sociais. Soares (2009) define enquadramento como marco interpretativo que é capaz de responder ao seguinte questionamento: "o que está acontecendo aqui?" (p.3).

Para Goffman (2006 apud CARVALHO, 2009), o enquadramento é um conceito para análises do modo como os sujeitos se envolvem subjetivamente em situações sociais. Para ele o que interessa são os enquadramentos sendo utilizados como estrutura cognitiva, podendo assim o indivíduo entender a realidade social a sua volta.

(...) se a primeira dúvida que cada um tem diante de uma determinada situação é sobre os seus significados, os indivíduos lançarão mão, na construção das explicações, de um repertório dado por sua inserção no mundo, (...) valendo-se de estruturas cognitivas que lhes auxiliem neste processo, que implicará sempre na seleção de um aspecto particular (*strip*) da totalidade da cena, que prevalecerá sobre os demais (CARVALHO, 2009, p.4).

Dentro das estruturas cognitivas, os quadros de referência primários envolvem não somente explicações racionais, mas também irracionais. Além disso, ainda se tem os quadros de referência naturais e sociais, ao passo que o primeiro tende a se cristalizar, pois fenômenos naturais podem ser mais facilmente compreendidos. Já o segundo fenômeno, social, está em processo de mutação permanente o que impede o

usuário de ter uma compreensão correta do real significado da cena que está sendo exposta.

(...) narrar um acontecimento transformado em notícia, dando-lhe um enquadramento, consiste, (...) na seleção de aspectos que deem à narrativa sobre ele inteligibilidade, a partir de estruturas cognitivas e quadros de referência que conduzirão a uma determinada visão, dentre uma série de outras possíveis, relativamente ao que é apresentado ao fruidor da informação daí resultante (CARVALHO, 2009, p.5).

Ou seja, na hora de o jornalista fazer o enquadramento de uma notícia, ele vai selecionar aspectos que possam proporcionar ao leitor determinado entendimento do fato. É válido lembrar que esse entendimento do leitor vai depender do conhecimento de mundo que ele tem, é o conhecimento primário do leitor sendo acionado.

Os enquadramentos são como marcos interpretativos mais gerais construídos socialmente que permitem as pessoas fazer sentido dos eventos e das situações sociais. Na prática jornalística, um enquadramento é construído através de procedimentos como seleção, exclusão ou ênfase de determinados aspectos e informações, de forma a compor perspectivas gerais através das quais os acontecimentos e situações do dia são dados a conhecer (ROTHBERG, 2007, p.3).

f)O jornalista, ao fazer o enquadramento das matérias tem um poder muito grande em evidenciar aspectos e excluir outros, isso depende muito da abordagem que ele quer dar a determinado fato. Tendo noção dos enquadramentos dados às mulheres é que se pode estabelecer os parâmetros para a definição da representação jornalística delas. Soares (2009) enfatiza

g)

(...) os meios de comunicação modernos são a concretização tecnológica máxima da "representação" naquele sentido de uma reapresentação, a partir da semelhança, da figuratividade da imagem, da simulação. Como aparentam ser ou mesmo se apresentam como um retrato do mundo, essas representações instauram ou sancionam, homologam, naturalizam certos vieses, os quais, no âmbito discursivo, sugerem que esse é o modo de ser da sociedade representada, podendo servir para fixar ou confirmar estereótipos étnicos, sociais, de gênero, profissionais. Trata-se, ora da instauração de padrões "normais" ou "modelos", ora de imagens pejorativas ou idealizadas de populações, categorias sociais, minorias etc. (...) (SOARES, 2009, p. 18-20).

h)

i) Portanto, é por meio da representação que se instauram alguns padrões e normas de estereótipos. Que padrões a representação jornalística da mulher tem instaurado na sociedade?

j) Com base nesses autores, podemos conceber os enquadramentos dentro de duas questões-chave: 1) eles são parte de engrenagens jornalísticas, estruturas e instituições que modulam esse discurso, influenciando a práxis jornalística para o bem e para o mal, condicionando e selecionando fontes e refratando por meio de sua lógica o mundo a ser representado e (2) essas redações fazem parte das disputas hegemônicas que são veículos de ideologias que buscam, para um lado e para o outro, controlar os processos sociais, focando suas matérias em uma direção moral e intelectual. Ou seja, a representação jornalística é resultado de uma série de processos que acontecem dentro da rotina produtiva de uma redação que atende, na maioria das vezes, as vontades e também as ideologias do aparato social.

Análise

k) As análises foram feitas nas reportagens dos dois principais jornais do Amazonas (Jornal Acrítica e Jornal Amazonas em Tempo referente às edições do mês de junho de 2015 e 2016), totalizando 39 edições analisadas. Os jornais escolhidos são os dois veículos mais antigos no meio jornalístico do Amazonas. Foram selecionadas todas as matérias jornalísticas que retratem a mulher no festival de forma geral.

l) O Jornal Acrítica, quando destacou os aspectos de cultura popular nos anos que correspondem à pesquisa, trouxe muitas imagens de penas, fantasias, boi, Garantido, sinhazinha, cocares, indígenas, entre outras. A imagem dos dois bois – Caprichoso e Garantido – também é bastante presente o que mostra que as reportagens analisadas giram em torno dos itens utilizados na própria festa.

m) Já o Jornal Amazonas em Tempo não publica muitas imagens sobre os aspectos de cultura popular. Quando se fala em enquadramento, percebe-se que o Jornal Acrítica enfatiza muito mais os aspectos amazônicos e os personagens da festa. O Jornal Acrítica dá destaque aos personagens da festa enquanto o Amazonas em Tempo frisa as vestimentas. O Jornal Acrítica também publica mais foto que o outro jornal em questão. Eles podem ser motivados porque são a emissora oficial de transmissão do Festival, logo, tem uma equipe maior para fazer as coberturas e tem tempo disponível somente para a transmissão, logo se dedicam muito mais à festa.

n) Tratando das imagens e avaliando a questão de pesquisa de número dois sobre o papel da mulher nas reportagens, destaca-se que o jornal Acrítica

apresenta muitas imagens de item, modelo, beleza, alegria e diversão. E no total das fotos o que mais aparece são imagens dos itens femininos, sempre vestidas e prontas para o Boi.

o) Ao fazer a comparação do Jornal Acrítica nos anos de 2015 e 2016 é perceptível que as imagens mostrem de forma insistente a mulher como uma modelo, como um item, que faz referência à diversão e é modelo de alegria e beleza.

p) Quando a mesma avaliação é feita no Jornal Amazonas em Tempo, tem-se praticamente o mesmo resultado, pois as imagens que mais aparecem são item, modelo, beleza, alegria e diversão no ano de 2015.

q) Quando a questão de pesquisa é sobre as características das mulheres, o resultado a que se chega é sobre a preponderância da mulher branca, magra, com cabelos longos e pretos e que possa ser modelo de beleza ou que esteja dentro de um padrão de beleza europeu, mas com cabelos negros. Ela também tem que ter dentes muito brancos, quadril pronunciado e corpo com músculos definidos em academias de musculação. O que aparece também é uma mulher com plásticas, em sua maioria, o silicone. A modelo parda, com cabelos médios até aparecem, mas são a minoria bem como os cabelos loiros. Essas características surgem em ambos os jornais analisados. Apesar de que o Jornal Amazonas em Tempo no ano de 2016 trouxe em uma matéria, uma senhora de meia idade, a costureira. A imagem dela é esteticamente igual às outras, mas não tem a exigência da obrigatoriedade de um padrão de beleza.

r) Quando se analisam os textos dos jornais, que respondem as mesmas questões de pesquisa da análise de imagens, mas com outro tipo de avaliação, pode-se constatar a utilização de diversas palavras para designar a cultura popular. O Jornal Acrítica, por exemplo, em 2015, mostrou que as palavras mais recorrentes são: itens femininos, boi-bumbá, bumbá, boi garantido, boi caprichoso, festival folclórico, festival folclórico de Parintins, rainha do folclore, cunhã-poranga, sinhazinha, espetáculo, boi do povão, auto do boi, show, nação, bumbódromo e item. As outras palavras como folguedo, figura típica regional, folclore, Mãe Catirina, enredo do auto do boi, teatral, que são palavras importantes para esse item de observação aparecem uma vez cada uma. Já no ano seguinte as palavras mais frequentes foram Caprichoso, Garantido, Festival Folclórico, Nação e Boi-bumbá.

s) O Jornal Amazonas em Tempo não usou as páginas dele para publicações referentes aos aspectos de cultura popular, existe apenas uma publicação que eles falam sobre isso e a palavra destacada é Festival Folclórico de Parintins.

t) Quando o ponto avaliado é Papel da Mulher nos jornais as palavras mais utilizadas são: item, bela, nova, rainha. Outras expressões também utilizadas são: mulher, estreante, ansiosa, estudante, parintinense, linda, sonhar em ser item, corpo, Garantido. O Jornal Amazonas em Tempo, diferentemente do Jornal Acrítica, não traz muitas matérias que apresentem o papel da mulher nas reportagens. Houve apenas uma matéria que eles apresentaram a mulher na sociedade, que foi enquanto uma costureira.

u) Ao analisar as características obrigatórias das mulheres nos dois jornais constata-se que as palavras mais utilizadas são: preparada, itens, aplaudida, ansiosa, pronta, morena, vaidade, cabelos, evolução, dedicação, emocionada, feliz, emoção, beleza, corpo, modelitos, mais bela, garra, guerreira, maquiagem, belas, pele, moça. Outras palavras aparecem menos, mas merecem ser destacadas como definição de características obrigatórias das mulheres. São elas: nervosismo, confiante, estreia, índias guerreiras, cheirosa, graça, sensualidade, femininas, sorriso, apreciada, honrada, plásticas, padrão de beleza. No Jornal Amazonas em Tempo só uma matéria que destacou as características obrigatórias da mulher e eles a definiram como: “Mãos habilidosas dessas mulheres que dão vida aos projetos dos estilistas do boi. Muito feliz em trabalhar para o Boi da Baixa do São José. Alegria. Disponibilidade. Estamos aqui para ganhar nosso salário, claro, mas também para ajudar o boi a ganhar na arena do contrário”. De forma totalmente diferente do Jornal Acrítica, o Jornal Amazonas em Tempo apresentou uma característica da mulher que não fora destacada em momento algum.

v) Portanto, respondendo à questão de pesquisa número 1 “Quais aspectos da manifestação de cultura popular de Boi-bumbá foram destacados nas edições?” entende-se que ambos os jornais creem que o Festival Folclórico e suas nuances são a cultura popular, pois, quando o assunto é cultura popular, eles sempre destacam o boi e os demais personagens envolvidos nessa manifestação.

w) Quando se problematiza a segunda questão de pesquisa, “Qual o papel da mulher nos enquadramentos jornalísticos construídos sobre as manifestações, em amostras de jornais?”, percebeu-se que os jornalistas enxergam a mulher apenas como parte dessa manifestação, pois a grande maioria das reportagens as apresenta como item, bela, nova, rainha, linda, como uma mulher que sonha em ser item desde criança e essa frase se repete algumas vezes ao longo das coberturas. Não existe uma notícia sobre o estudo, o trabalho, ou sobre a vida delas fora da arena. Também não existem publicações sobre outras mulheres nos jornais, o foco é nos itens femininos dos

bumbás e quando se fala sobre outras mulheres que não sejam os itens o destaque é sempre o corpo ou a beleza. Apenas o Jornal Amazonas em Tempo trouxe uma matéria que destacou uma mulher no trabalho, que foi a personagem de uma costureira que trabalha no boi, mas a ênfase da matéria foi sobre o ofício de costureira. Foi a única reportagem que conseguiu trazer a mulher em outra posição.

x) A terceira e última questão de pesquisa, "Qual a representação das características obrigatórias das mulheres que participam dessas manifestações?", identificaram-se que as características das mulheres são em sua maioria ter a cor branca, ser magra, ter cabelos longos e pretos, dentes muito brancos, ter algum tipo de cirurgia plástica para estar dentro de um padrão de beleza. Ainda se coloca como característica estar preparada, ser item, ser aplaudida, estar ansiosa, estar pronta, ser morena, ter vaidade, cuidar dos cabelos, ter boa evolução na arena, ter dedicação, estar emocionada, ser feliz, cuidar do corpo, usar roupas arrojadas, ser a mais bela, ter garra, ser guerreira, usar maquiagem, ter pele boa e bonita, ser uma moça, de preferência recatada.

y) O padrão de beleza que se espera das mulheres que participam ou tem alguma ligação com a festa merece ser discutido. Como já foi citado, espera-se, pede-se e tem-se nas páginas dos jornais Acrítica e do Amazonas em Tempo uma mulher que é predominantemente branca, tem cabelos negros, compridos e lisos, tem dentes muito brancos, é magra, simpática, carismática, feliz, moça, etc. Moreno (2008, p.13), afirma que o ideal de beleza força um desejo pela perfeição, que é interiorizado e ríspido com quem o tem. A autora completa,

Hoje, olhando para as imagens e modelos de beleza que me observam e desafiam, nos *outdoors*, nas capas de revistas expostas nas bancas de jornal, (...), nas mulheres que aparecem na programação televisiva, o que vejo? Vejo mulheres jovens (sempre jovens), brancas (sempre brancas), magras (sempre magras), de pele lisa e contornos perfeitos, de cabelos lisos ou apenas levemente encaracolados e preferencialmente loiras (MORENO, 2008, p. 37).

z)

aa) Moreno traz uma discussão válida para o material de análise em questão, a mídia do Amazonas, ou pelo menos os dois jornais impressos mais importantes do Estado, reproduzem o mesmo discurso da grande mídia. São as modelos sempre brancas, magras e de cabelo liso, não são em sua maioria loiras porque a manifestação ainda tem cunho predominantemente indígena, apesar de o modelo loiro aparecer quando a matriz europeia chega à arena na figura da sinhazinha,

mas é apenas um item. A autora ainda completa que as mulheres brasileiras são resultantes de uma mescla de populações e etnias e essa diversidade brasileira não combina com um modelo eurocêntrico que querem impor.

bb) Outro fato que merece ser destacado é o corpo dos itens, elas são muito magras e com os seios cada vez maiores. Moreno (2008, p.46) também completa “a mulher brasileira busca se aproximar da silhueta típica das europeias (mais longilíneas) ou das americanas (de peitos mais fartos)”.

cc) Uma das matérias do Jornal Acrítica trouxe a discussão sobre o corpo das duas cunhãs-poranga dos bois. A cunhã-poranga do Boi Caprichoso (Maria Azedo) estava com o corpo “perfeito”, mas cheio de plásticas. A cunhã-poranga do Boi Garantido (Verena Ferreira) estava com o que eles chamaram de “buchinho”, que é a barriga um pouco mais saliente. Na matéria, os itens se defenderam, a que foi acusada de “estar plastificada” disse admitir que fez plásticas e que gosta de fazer, pois se sente bem e gosta de estar com o corpo bonito. A outra que estava sendo criticada por não estar com a barriga igual a da rival (lipada), disse que faz exercícios, mas que não se sente aprisionada por isso e come o que tem vontade, completou dizendo que o motivo para não estar tão em forma como exigiram era porque ela estava estudando, pois cursava medicina.

dd) Essa visão sobre o modelo de corpo é muito forte, pois influencia enquadramentos das notícias e as notícias influenciam nos receptores. Algo bastante comum nas páginas dos jornais analisados foi o desejo das parintinenses (nome dado às pessoas que nascem em Parintins) em serem itens de boi. Logo, as meninas começam a ser influenciadas por uma busca, às vezes inalcançável, de um padrão de beleza. Moreno (2008), completa, “somos bombardeadas por imagens e modelos de beleza que nos observam nos outdoors, das bancas de jornal, da capa das revistas, (...) e vão ocupando o lugar de referência.”.

ee) Wolf (1992) fala ainda sobre o mito da beleza e o aprisionamento da mulher. A autora fala de como as medidas do corpo foram sendo ajustadas ao longo dos anos, o peso foi diminuído, o busto aumentou, cintura diminuiu e o quadril diminuiu também. O que se observa na manifestação de Boi-bumbá é a busca por esse padrão. A autora reafirma que a busca por um padrão de beleza muitas vezes inalcançável tem sido o norte da vida de boa parte das mulheres. “Beleza e moda, como ideologias, promoveriam a subordinação das mulheres, ainda que a adesão delas próprias a esses padrões possa ser entusiástica e apaixonada” (MIGUEL; BIROLI, 2014, p. 117).

ff) Outro ponto que merece observação é a discussão que o Festival Folclórico de Parintins – Boi-bumbá Garantido e Caprichoso acontece em torno de uma temática que é também indígena, a festa é uma grande mistura de culturas, mas a principal é a manifestação de cultura indígena. Os principais itens que fazem parte da festa são indígenas, as itens femininas que estão sendo estudadas neste estudo têm papel e representação indígena e conforme apontado acima a maioria das itens são brancas e se sabe que a pele indígena é mais parda/morena.

gg) Os dois jornais praticaram enquadramentos da festa muito parecidos. Quando o assunto são os aspectos de cultura popular destacados, o que eles selecionaram para aparecer foi sempre algo relacionado aos componentes da própria festa. Quando o assunto é o papel da mulher nas reportagens se destacam os itens, as belas, as rainhas. Sobre as características obrigatórias das mulheres, a ênfase na maior parte das publicações mostra uma mulher branca, magra, de cabelos negros, lisos e compridos. Ao enfatizar determinados aspectos os veículos de comunicação criam padrões de publicação, influenciam visões por meio de quadros. Segundo (ENTMAN 1991, apud SOARES, 2009) os enquadramentos, ao reforçarem, repetirem palavras e imagens, privilegiam algumas ideias e descartam outras, dentro de um texto o que vai levar o interlocutor entender por meio desses enquadramentos, passando a levar em consideração as informações contidas nesses quadros. Para o autor é por meio da repetição das palavras ou imagens é que algumas interpretações se tornam de fáceis assimilações.

hh) A interpretação que se pode fazer aqui também é que os enquadramentos influenciam na opinião pública podendo assim reforçar ideias hegemônicas e ideológicas. Quando se pensa isso ligada à discussão da festa de Boi-bumbá, pode-se concluir que os enquadramentos da festa reforçam as ideias hegemônicas sobre a mulher. Ditando a ideia de que elas devem ser bonitas, ter corpo definido, ter cabelos longos e lisos, ter seios fartos, ou seja, estar dentro do padrão de beleza que é imposto pela sociedade. Na maior parte das falas dos itens, elas expressam o desejo de ser item desde de criança, porque ser item dá à elas um destaque.

ii) Portanto, respondendo a pergunta de pesquisa: como as mulheres que participam do Festival Folclórico de Parintins – Boi-bumbá Garantido e Caprichoso estão sendo apresentadas nos meios de comunicação e de que forma esse enquadramento constrói a figura feminina? Conclui-se que as mulheres são apresentadas primeiramente como item de boi, ou seja, personagens de uma

representação popular. Depois elas são apresentadas como mulheres brancas, que tem cabelos longos, negros e lisos. Logo, a construção da figura feminina está baseada em cima de referências das quais as mulheres devem ser para se tornar item, o que cobra delas um padrão de beleza que é hegemônico. Mesmo a manifestação sendo de cunho predominantemente indígena, as mulheres que participam dela tem que ser brancas, ter bustos aumentados, cabelos lisos, negros e comprimidos, o que talvez seja a única coisa que se chega perto de uma aparência que é indígena. É cobrado dessas mulheres vários requisitos para serem aprovadas pelo público, vale ressaltar também a discussão das itens, na qual a que não atendeu os itens de um padrão de beleza, foi criticada pelos torcedores de ambas as torcidas e foi rechaçada nas redes sociais por não atender o nível que se espera delas.

jj) O resultado desta pesquisa coincide com o resultado de pesquisas anteriores, em que a conclusão da maior parte delas é que existe nos meios de comunicação uma representação estereotipada de gênero, onde a mulher está quase sempre relacionada à beleza. Portanto, a mulher não consegue ser representada nos meios para além daquilo que é considerado belo (sensual, corpo perfeito). Mesmo com todos os avanços que temos nas leis, na sociedade a mulher continua na prisão do lar ou na prisão de um padrão de beleza ou ao mito da beleza (WOLF, 1992).

Considerações finais

kk) A pesquisa “Imprensa e Gênero na Amazônia: representações jornalísticas da mulher no Festival Folclórico de Parintins” teve por objetivo saber qual o enquadramento que as mulheres que participam da festa dos bois tinham dentro das publicações dos jornais. Os enquadramentos da mulher estudados foram observados nos dois principais jornais locais da Região Norte, que ao serem investigados revelam algumas semelhanças e diferenças com relação ao padrão dos enquadramentos estudados em publicações da região Sudeste, por exemplo.

ll) Constatou-se que os itens femininos foram elencadas da seguinte forma, estar dentro de um padrão de beleza; Ser branca; Ser magra; Ter cabelos longos, negros e lisos, na tentativa de tentar fazer os itens parecidos com as indígenas que são quem elas representam; Ser graciosa; Ter carisma; Ser bela; Ser rainha; Índia guerreira; Ter dentes muito brancos; Ter seios volumosos; Barriga definida; Músculos definidos; Ser jovem.

mm) Apresentaram-se os principais adjetivos empregados a elas, e finaliza enfatizando que as mulheres que participam dessa manifestação também estão inseridas em um padrão de beleza hegemônico.

nn) Sabe-se que a população brasileira é marcada pela diversidade, mestiçagem que entra em contraste com o padrão caucasiano mediático divulgado, que hoje tem gerado uma constante frustração nas pessoas, na identidade, auto-estima. A mentalidade colonizada importa padrão de beleza europeu com base na supremacia branca, onde se considera que os brancos são superiores. O que não quer dizer que o festival ou os jornais sejam supremacistas, racistas ou colonizados, etc. Mas, essas questões são interiorizadas, subjetivadas nas festividades e reproduzidas nos meios (que acabam retroagindo sobre a organização das festas), tornando-se inconscientes.

oo) Os itens que representam guerreiras indígenas estão cada vez mais distantes da aparência de uma indígena. E a tendência nos últimos anos foi ficar cada vez mais forte essas mudanças nos corpos dos itens. O fato desse padrão ser imposto à elas é que ultrapassa as barreiras de quem participa do Boi-bumbá. É um consenso nas páginas dos jornais que qualquer menina de Parintins quer ser item e cada vez mais cedo essa busca por um corpo perfeito acontece na cidade. Ou seja, esse aprisionamento à beleza (WOLF, 1992) ultrapassa a manifestação e chega à sociedade, ditando o que é ser belo.

pp) Levando em consideração a representação da mulher na manifestação folclórica de Boi-bumbá, podem-se traçar parâmetros sobre a representação da mulher na sociedade brasileira, pelos meios de comunicação, bem como nas festas populares de hoje. As mulheres são o centro de algumas dessas festividades, especialmente pelo lado visual, no qual se destacam a beleza, a sensualidade, a graça, a produção caprichada das fantasias, os sorrisos, os rostos. O que leva a pensar que a representação dos itens são bem parecidos com a representação da mulher na sociedade brasileira. Há sempre um apreço pelos mesmos padrões.

qq) Esse padrão cultural pode ou deve insinuar um “lugar” subalterno da mulher, como um ser gracioso, belo, que é o centro das atenções, mas que reservaria para o homem o lugar de domínio em todos os demais setores da vida (economia, política, profissões, religião, etc). Concluindo-se que essa repetição sobre as características/aparência da mulher a coloca em um lugar subalterno.

rr) No contexto da festa, a valorização da mulher ocorre como item, porque ela é um personagem da representação. O que não autoriza dizer que essa é a imagem

da mulher na sociedade. Aliás, outras festas populares brasileiras focalizam a mulher, enfatizando a beleza, sensualidade, graça, o que, numa perspectiva antropológica ampliada pode ser indicativo de uma representação direcionada dos valores esperados da mulher na sociedade.

ss) Finalizado essas considerações surge uma inquietação que leva a se pensar que ao atender o padrão hegemônico de beleza não seria apenas uma forma do jornal e dos bumbás terem uma mercadoria mais palatável? A mulher na festa acaba associando turismo sexual a padrões mercantis de diversão e lazer, isso vem da festa e o jornal é instrumento de propaganda desse ideário. O popular, portanto só se expressa de forma ampla pela sua adesão e incorporação das nuances de um padrão industrial do que é a cultura. Por isso, talvez pudesse ser discutido conceitos em torno de reificação e do fetiche. A mulher pode estar sendo usada como moeda de troca tanto pelos jornais como pelo próprio evento. Tem-se aí a dúvida entre quem exige mais a padronização da mulher, se é o próprio boi, a mídia ou a sociedade ou apenas uma mistura delas.

tt) É perceptível e muito curioso a exclusão dos itens masculinos das matérias, todo item tem sua importância no enredo do Festival, mas se por exemplo, o levantador de toadas não está na arena não existe condições do desenvolvimento da festa e ele não foi sequer citado em algum material jornalístico e não existe foto dessa figura. O item "exclusão" da análise de enquadramento pode ser analisado nesse aspecto, pois os personagens masculinos pouco ou nada apareceram nas páginas dos jornais.

uu) É importante reiterar que as mulheres que são noticiadas servem como modelos para outras jovens. Aquelas que assistem ao evento e aquelas que leem os jornais. Não apenas pelas representações feitas, mas pelo discurso evidente. Todas sonham em ser, o que fazer para se tornar bela, o que comer, o que fazer nas academias.

Referências

- AZEVEDO, Luiza Elayne Corrêa. **O Boi-bumbá de Parintins**: cenários na pós-modernidade e sua inserção no marketing cultural. Dissertação de Mestrado em Marketing. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2000.
- BAKER, Steve. **Representando a realidade**. Adaptado para Sandringham por David Allison and Simon Wallace, 2007. Representing reality. Media Studies; Key

concepts; Representation:<http://www.adamranson.plus.com/Representation.pdf>.

Tradução Murilo César Soares.

- CARVALHO, Carlos Alberto. Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico. **Contemporânea**, vol7, nº2. Dez, 2009.
- HALL, Stuart. **Cultura e representação**; Organização e Revisão Técnica: Arthur Ituassu; Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC- Rio: Apicuri, 2016.
- MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e política**: uma introdução. São Paulo: Boitempo, 2014.
- MORENO, Rachel. **A Beleza Impossível**: Mulher, Mídia e Consumo. Ágora, 2008.
- NOGUEIRA, Wilson. **Festas Amazônicas**: boi-bumbá, ciranda e sairé. Manaus: Valer, 2008.
- ROTHBERG, Danilo. **Enquadramento e metodologia de crítica de mídia**. In: Anais do 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Sergipe, 2007.
- SILVA, Elizandra Garcia da. **O Modo de Produção Capitalista e o Brincar de Boi-bumbá Caprichoso e Garantido**. Tese de Doutorado em Educação. Parintins: Universidade Federal do Amazonas, 2015.
- SOARES, Murilo. **Representações, Jornalismo e a Esfera Pública Democrática**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.
- WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza**. Tradução: Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

ABSTRACT:

This research analyses the journalistic representation of the female gender within the main popular manifestation of the Northern Region: Folklore Festival of Parintins. The research is based on the framings built by the news coverage of the region's two main print journals in the years 2015 and 2016. In the Amazon region, the emphasis women receive in the media is almost always related to the issue of cultural manifestations, which leads us to reflect how the media of the region itself see the woman and make a representation of it. Therefore, the research has the following problem question: how are the women participating in the Folk Festival being presented in the media and how does this framing represent the female figure?

KEYWORDS: Journalistic representation; Framework; Gender; Parintins Folk Festival

RESUMEN:

Esta investigación analiza la representación periodística del género femenino dentro de la principal manifestación popular de la Región Norte: el Festival Folclórico Parintins. La investigación se lleva a cabo en base a los marcos construidos por la cobertura de noticias de los dos principales periódicos impresos en la región en 2015 y 2016. En la región amazónica, el énfasis que las mujeres reciben en los medios casi siempre está relacionado con el tema de las manifestaciones culturales existentes. , lo que nos lleva a reflexionar sobre cómo los medios de comunicación en la región ven a las mujeres y las representan. Por lo tanto, la investigación busca responder las siguientes preguntas: ¿cómo se presentan las mujeres que participan en el Festival Folklórico en los medios de comunicación y cómo este marco representa la figura femenina?

PALABRAS-CLAVES: Representación periodística; Enmarcar; Género; Festival folklórico Parintins.